

Извештај за развиена методологија и спроведено емпириско истражување за извозните перформанси на металопреработувачки, електро и машински сектор

03.06.2019, Скопје

Проект:

**Фаза1 од Проектот "Зголемување на извозната
конкурентност на металопреработувачкиот, електро и
машинскиот сектор преку подобрување на производните и
технолошките способности на извозно ориентираните МСП"**

Проектот е имплементиран од Стопанска Комора на Македонија во соработка со
Здружение за бизнис и економија Меѓународен Институт за Бизнис Анализа -
Скопје

Извршител: проф. д-р Дарко Лазаров и доц. д-р Влатко Пачешкоски

За содржината на овој извештај одговараат само авторите на истиот.

1. АНАЛИЗА НА ИЗВОЗНИТЕ ПЕРФОРМАНСИ НА АНАЛИЗИРАНИТЕ СЕКТОРИ

Емпириската анализа ќе ја започнеме со **првиот пристап** кој се однесува на проучување на производната и извозната структура на анализираните сектори на ниво на поединечен производ преку анализа на вредноста на извозот, релативното учество во вкупниот извоз, индексот на компаративна предност и нивото на софистицираност за секој производ поединечно

Податоците покажуваат дека во 2017 година *вкупниот извоз* во рамките на анализираните сектори изнесува **1.438 милиони евра**, при што, *релативно учество* на овие сектори во вкупниот извоз на земјата изнесува приближно **25.5%** или $\frac{1}{4}$ од вкупниот извоз, што само покажува дека овие сектори имаат исклучително значајна улога во македонската економија.

Подетално, вредноста на извозот на металопреработувачкиот сектор во 2017 година изнесува **197 милиони евра** или **3.9%** од вкупниот извоз на земјата, извозот на машинскиот сектор во истата година изнесува **570 милиони евра** или **11.3%** од вкупниот извоз на земјата, додека вкупниот извоз на електро секторот изнесува **671 милиони евра** или **13.38%** од вкупниот извоз на земјата.

2. АНАЛИЗА НА ТЕКОВНИТЕ СОСТОБИ, ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИЦИ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВО АНАЛИЗИРАНИТЕ СЕКТОРИ

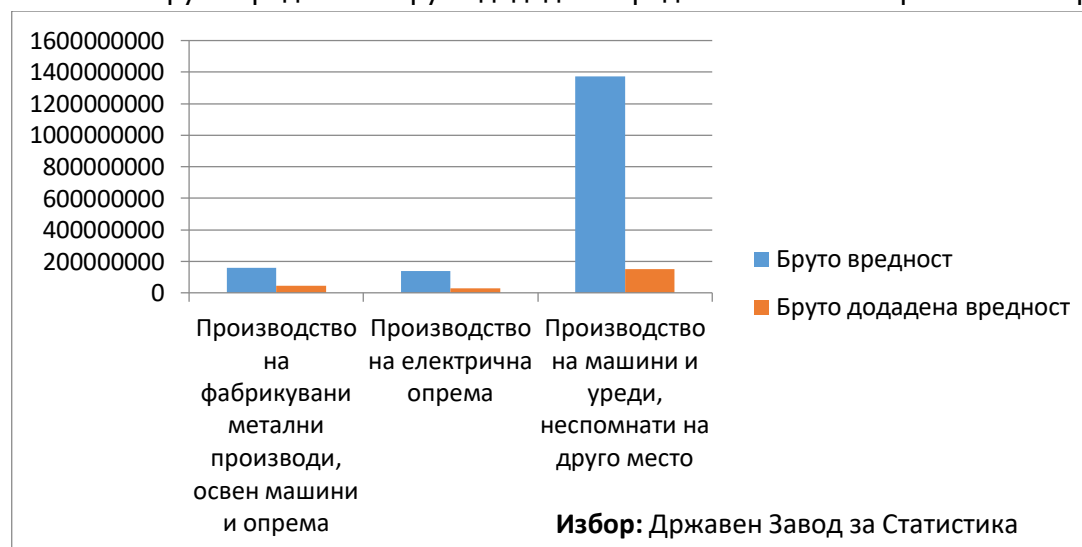
Во анализата за извозните перформанси на анализираните сектори видовме дека вкупниот извоз на металопреработувачката, машинска и електро индустрија заедно во 2017 година изнесувала **1.438 милиони евра** или приближно **25.5%** од вкупниот извоз на земјата. Ова покажува дека овие сектори се силно извозно ориентирани и исклучително значајни за македонската економија.

Дополнително, потврда за тоа се податоците за бруто вредноста и додадената вредност што овие сектори ја генерираат во македонската економија. Имено, вкупната **бруто вредност** на анализираните сектори за 2017 година изнесува **1.672 милиони евра** што значи дека дури **86%** од вкупните приходи што ги генерираат фирмите во овие сектори се резултат на приходи од извоз. Ако ја споредиме оваа бројка со вкупната бруто вредност на целата

преработувачка индустрија ќе видиме дека овие сектори имаат **34.5%** релативно учество во целата преработувачка индустрија. Од друга страна, додадената вредност што анализираните сектори ја креираат во македонската економија изнесува **228 милиони евра** што значи **20%** од вкупната додадена вредност на целата преработувачка индустрија. Ова само ја потврдува констатацијата дека овие сектори имаат големо значење за преработувачката индустрија и економијата во целина.

Подолу на сликата се дадени податоци за бруто вредноста и додадената вредност на металопреработувачка, машинска и електро индустрија за 2017 година.

Слика 1. Бруто вредност и бруто додадена вредност на анализираните сектори



Податоците покажуваат дека најголема додадена вредност има *металопреработувачкиот сектор* со износ од **466 милиони евра**, *електро секторот* креира додадена вредност во износ од **292 милиони евра**, додека *машинскиот сектор* има додадена вредност од **153 милиони евра**.

Од аспект на **број на компании**, анализата покажува дека најголем број на компании има во **металопреработувачкиот сектор** или **820 активни деловни** субјекти од кои најмногу во производство на конструкции и делови за конструкции, производство на производи од фабрикувани метали и обработка на метали. Во рамките на машинскиот сектор има околу **150 деловни субјекти** и тоа доминантно во производство на машини за општа

намена. На крај, во **електро индустријата** се регистрирани и активно работат околу **110 компании** од кои најголем дел во производство на електромотори, генератори, трансформатори и други уреди за дистрибуција на електрична енергија, производство на уреди и апарати за дистрибуција и контрола на електрична енергија и производство на електрична опрема за осветлување.

Вкупниот број на компании во три сектори е околу 1.080 деловни субјекти што споредено со повеќе од 70.000 регистрирани деловни субјекти во целата економија е релативно мал број, но она што е најважно е фактот што тие генерираат голема додадена вредност и имаат значајно учество во извозот на земјата со оглед што поголем дел од овие субјекти се извозно ориентирани.

Од аспект на **број на вработени**, анализата покажува дека најголем број на вработени аспсорбира **металопреработувачкиот сектор** или во моментот околу **10.000 вработени**. **Електро сектор** има константен тренд на зголемување на бројот на вработени од 3.800 во 2016 година на **5.500 вработени** во првиот квартал од 2019 година. Истиот тренд на зголемување на бројот на вработени е забележан и кај **машинскиот сектор** каде од 1.500 вработени во 2016 година се зголемил на повеќе од **2.500 вработени** во 2018 година.

Вкупниот број на вработени во трите анализирани сектори е околу 18.000 што споредено со вкупниот број на вработени во преработувачката индустрија изнесува околу **11.5%** што потврдува дека овие сектори се исклучително значајни за македонската економија гледано и низ призмата на бројот на вработени.

На крај, ако ја анализираме **продуктивноста** (мерена како однос помеѓу бруто додадената вредност и бројот на работници) на одделните сектори кои се предмет на анализа ќе констатираме дека најголема продуктивност има *машинскиот сектор* со продуктивност по работник од **61.200 евра годишно**, *електро секторот* има продуктивност по работник од **53.090 евра годишно**, додека најниска продуктивност по работник има *металопреработувачкиот сектор* од **46.600 евра годишно**.

Ако ја погледнеме продуктивноста на **целата преработувачка индустрија** која изнесува околу **7.620 евра годишно по работни** што значи дека продуктивноста на анализираниите сектори е значително поголема. За илустрација, ако ја споредиме продуктивноста на машинскиот сектор како најпродуктивен од анализираниите сектори со просечната продуктивност на целата преработувачка индустрија ќе констатираме дека машинскиот сектор е

дури **8 пати** попродуктивен од просечната продуктивноста на целата преработувачка индустрија.

2.1 Методологија за анкетно истражување

За да ги анализираме детално состојбите во трите сектори кои се предмет на анализа во рамките на проектот спроведовме анкетно истражување на ниво на поединечна компанијата. Целата на истражувањето беше адресирање на проблемите со кои се соочуваат компаниите во рамките на овие сектори и да се идентификуваат предизвиците и потенцијални можности за понатамошен раст и развој на овие сектори.

Во рамките на анкетната беше спроведено истражување во повеќе од 30 компании во рамките на металопреработувачкиот, електро и машински сектор и сите компании кои беа испитани се активни членки на Стопанската Комора на Македонија. Дополнително, со петте компании кои беа селектирани во проектот со ФИТР беше спроведено интервју со сопствениците и менаџерите во рамките на селектираните компании со кои разговаравме за теми кои се поврзани со специфичноста на самите компании од аспект на актуелните критични области, како и идните области за раст и развој на нивните компании.

За да ја дијагностицираме состојбата и проблемите со кои се соочуваат компаниите во рамките на металопреработувачката, електро и машинската индустрија во насока на зголемување на нивната извозна активност и конкурентност на странските пазари ќе биде спроведена **структурна анкета** во поголем број на домашни и странски компании во рамките на анализираниите сектори. Самиот **анкетен прашалник** е *составен од група на отворени и затворени прашања каде фокусот е ставен на идентификување на ограничувањата со кои се соочуваат компании во обидот да се реструктурираат и да ги подобрат своите производни капацитети и извозни способности.*

Подолу е прикажан анкетниот прашалник кој беше користен во истражувањето, при што, истиот беше доставен во електронска форма и начинот на одговарање беше електронски.

Име на компанијата: _____

Индустија и шифра на инд. дејност : _____

Контакт лице: _____

Работно место: _____

1. Кога е основана вашата компанија и колку вработени има?

_____ година , _____ вработени

2. Дали вашите производи ги извезувате на некои странски пазари?

Да _____ Не _____

3. Ако не извезувате, кои се причините за тоа? ✓ или X

Немање извозен производ или услуга.

Недостиг на технологија и машински парк кој ја ограничува извозната конкурентност.

Недоволно информации за целиот извозен процес, ниту знаење од каде да се започне.

Постои голем ризик за наплата на побарувањата.

Премногу административни и технички бариери.

Недоволно финансиски средства и ограничени можности за пристап на потребни финансиски средства за отпочнување на извозен процес.

Недостиг на маркетинг капацитет (осознавање на извозните можности, барање на партнери и клиенти и сл.) за отпочнување на извозна активност.

Недостиг на менаџмент капацитет (планирање, динамична организациска култура, менаџмент систем на контрола) за отпочнување на извозна активност.

Недоволна транспорта и логистичка поврзаност со странски пазари.

Други причини

4. Дали доколку бидат надминати дел од тие пречки би размислувале за отпочнување на извозни активности?

Да _____ Не _____

5. Пред колку години започнавте да извезувате на странски пазари?

_____ ГОДИНИ

6. Колкав дел од вашите вкупни приходи од продажба се остварени од извоз?

- a) До 20%.
- b) Од 20-50%.
- c) Над 50%.

7. На колку пазари извезувате? Набројте неколку од нив?

_____!

8. Колкав број на производи извезувате и во која вредност, во последните две години?

Р.Б	Царински код на производот	Опис на производот	Вредност на извоз, евра 2017	Вредност на извоз, евра 2018
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

9. Кои региони верувате дека може да бидат потенцијални пазари за вашата компанија?

- a) Западен Балкан
- b) Југо-Источна Европа
- v) Западна Европа
- г) Азија
- д) Други пазари

10. Кој бил најголемиот мотив да започнете извозна активност?

- а) Пораст на приходите и профитот
- б) Следење на своите клиенти
- в) Желба за откривање и освојување на нови пазари
- г) Постојани промени и подобрувања базирана на посилна конкуренција
- д) Други причини

11. Каква политика за извоз практикувате?

- а) Политика на директна продажба на крајните клиенти
- б) Политика на продажба преку партнери/дистрибутери.
- с) Политика на заедничка продажба со странски партнери.
- д) Политика на продажба преку специјализирани агенции.

12. Колку често посетувате саеми за нова технологија и саеми за барање на нови бизнис партнери на странските пазари?

- а) Многу ретко. Еднаш во неколку години
- б) Многу често. Неколку пати во годината
- с) Еднаш во годината

13. На скала од 1 до 10, каде 10 е најтешко, објасни колку бил тежок процесот на отпочнување на извозни активности за вашата компанија.

14. Кои се според вас како извозници главните бариери за извоз со кои вие како компанија се соочувате?

_____ Недоволна и несоодветна поддршка од креаторите на економските политики за извозно ориентираните компании како што се програми за технолошка модернизација, поддршка за настап на странски пазари, поттикнување на учество на саеми со цел промоција на своите производи и барање на стратешки партнери).

_____ Недостиг на квалификувана работна сила и едуцирани инженери и технички области.

_____ Неквалитетни институции (нелогични правни процедури, бавна и некавалитетна услуга на јавната администрација, често менување на законската регулатива, политичка нестабилност и сл.)

___ Изразени административни бариери (долги и комплицирани царински процедури, високи царински давачки, евидентни нецарински бариери и сл.).

___ Недоволно развиена инфраструктура (високи транспортни трошоци) и несоодветни логистички капацитети.

___ Недостиг на евтини енергенси како што е природниот гас и висока цена на електричната енергија.

___ Ограничен пристап до производни инпути, репроматеријали и полупроизводи во ланецот на снабдување.

___ Недостиг на современ машински парк и технологија и ограничен пристап до финансии за реализирање на инвестициски проекти.

___ Недоволна заинтересираност на сопствениците на компаниите и недоволен капацитет на менаџментот за излез на странски пазари.

___ Недоволен капацитет за исполнување на меѓународните стандарди кои се бараат на странските пазари.

15. Кои се други специфични бариери за извоз кои според вас се значајни ограничувања со кои вие директно сте се сретнале.

16. Дали поседувате сертификати за квалитет и дали имате воспоставено практики на стандардизација на вашите деловни процеси? Кои сертификате ги поседувате?

___!

17. На кој начин сметате дека можете да ја зголемите вашата извозна активност.

18. Колкав дел од сировините, репроматеријалите, полупроизводите и другите инпути што ги користите во производниот процес се од домашни добавувачи?

- a) Мал дел затоа што нема такви инпути во земјата.
- b) Мал дел затоа што се скапи на домашниот пазар.
- c) Мал дел затоа што условите на достава и квалитетот се незадоволителни.
- d) Поголем дел ги набавуваме од домашни добавувачи.

19. Колкав дел од сировините, репроматеријалите, полупроизводите и другите инпути што ги користите во производниот процес ги набавување од странски добавувачи?

_____ %

20. Дали се соочувате со проблеми во набавка на вашите сировините, репроматеријалите, полупроизводите и другите инпути од странски добавувачи? Од каква природа се тие проблеми?

21. Дали некогаш сте инвестирале во развој на нови производи¹ кои се карактеризираат со повисок степен на финализација и поголема додадена вредност.

- a) Да, сме инвестирале. Резултатот беше успешен.
- b) Да, сме инвестирале. Резултатот беше неуспешен.
- c) Не, не сме инвестирале.

22. Ако досега тоа не сте го направиле кои се главните причини за тоа.

23. Ако тоа сте го направиле, колку ве чинел тој процесот на во смисла на анализа на достапноста на потребните производни инпути, анализа на техничко - технолошки карактеристики на производниот процес; изработка на студија на изводливост за инвестицијата во нов производ; креирање на прототип на производ; анализа на пазарите и маркетинг истражување и други бизнис активности)?

- ❖ Тој процес на откривање на нов производ не чинеше околу _____ евра.

24. Дали доколку владата го ко-финансира процесот на изработка на детална бизнис студија за инвестиции во нови

¹ Не се мисли на нов производ што досега не бил произведуван во светот, туку на нов производ за самата компанија или нов производ во рамките на националната економија.

**капацитети во рамките на вашиот сектор сте заинтересирани да
ја реализирате инвестицијата доколку проекти се покаже како
исплатлив за вашата компанија?**

- а) Да, доколку владата покрие барем 50% од трошокот на
физибилити студијата
- б) Не би биле заинтересирани.

**25. Како ја оценувате деловната клима и условите за водење на
бизнис во земјата?**

- а) Значително лоша.
- б) Прилично лоша.
- с) Прилично добра.
- д) Значително добра.

**26. Кои се ваши предлози во делот на подобрување на
деловниот амбиент на државата кои можат значително да ја
подобар конкурентноста на компаниите во вашиот сектор?**

2.1 Состојби, проблеми и предизвици на претпријатијата во анализираните сектори

Резултатите од спроведеното анкетно истражувања укажуваат дека повеќе од половина или 56% од анкетираниите компании се извозно ориентираны што само ја потврдува реалната слика на ниво на сектори. Најголем дел од овие извозни компании своите извозни активности ги започнале пред повеќе од 10 години што значи дека веќе имаат искуство и опстојуваат на странските пазари. Поголем дел од компаниите мотивот за започнување со извоз го гледаат во желбата за откривање на нови пазари, можности за зголемување на приходите од продажба и профитот на фирмата, и потребата од следење на своите партнери на странските пазари.

Анкетираниите компании потенцираат дека процесот на започнување на извозна активност на странски пазари не бил воопшто лесен, наспроти тие посочуваат дека поминале низ долг и макотрпен процес на исполнување на стандарди, обезбедување на трошочна ефикасност преку инвестиции во нова технологија и машини, градење на партнерски односи со своите клиенти и дистрибутери, прилагодување на потребите на странските пазари и многу други активности.

Дел од извозните компаниите укажуваат дека и во моментот се среќаваат со многу потешкотии и бариери во реализирање на извозни активност. Имено, како најголеми бариери за извоз со кои се соочуваат ги посочуваат недоволно современиот машински парк и ограничен пристап за финанси со цел инвестиции во нова технологија и надградување на постоечкиот машински парк, неквалификувана работна сила, високи трошоци за транспорт, комплицирани административни работи кои ги зголемуваат трошоците и го забавува целиот процес, голема конкуренција од светски компании, ограничени можности за градење на партнерски односи со кленти во странство и други бариери.

Не помалку важен момент кој влијае врз извозната конкурентност на компаниите е фактот што дури 75% од анкетираниите компании посочуваат дека суривините и другите производни инпути ги увезуваат од странство поради тоа што такви инпути не се достапни во земјата или имаат понизок квалитет и повисока цена. Таквиот недостиг на основни производни инпути за компаниите

значи дополнителни трошоци, вклучувајќи и транспортни трошоци, царина, шедиција и сл.

Повеќе од половината анкетирани компании одговориле дека приходите од извоз надминуваат повеќе од 50% од вкупните приходи кои ги остваруваат што значи дека нивната енергија во голема мера е насочена кон странските пазари. Најголем дел од извозната активност анкетираниите компании ја прават на неколку странски пазари (од 2-6 земји), од кои најзастапени се земјите од Западен Балкан, Грција, Романија, Бугарија, Турција, Германија.

Сепак, некои компании ги извезуваат своите производи во САД, Велика Британија, Франција, Шпанија и некои земји од Латинска Америка. Исто така, компаниите ги гледаат како потенцијални пазари и региони за извоз во иднина оние земји во кои сега извезуваат. Имено, како најзначајни региони во иднина компаниите ги посочуваат земјите од Западен Балкан, Југо-Источна Европа и Западна Европа. Дел од компаниите сметаат дека пазарите во Азија и САД исто така се потенцијални можности за нивните производи во иднина.

Како најзастапени извозни производи се машини и машински делови, садови за домаќинства, електрични кабли и друга електро опрема, челични контрукции, резервоари и други производи од металопреработувачката индустрија, при што, дел од овие производи анкетираниите компании ги извезуваат во вредност од 20.000 до 600.000 евра годишно.

Компаниите посочуваат дека нивна примарна цел е да продолжат да работат во насока на освојување на нови пазари и зголемување на извозната активност. Најголем дел од компаниите сметаат дека тоа може да го остварат со зголемување на производниот капацитет, подобрување и надградување на машинскиот парк со цел зголемување на продуктивноста и намалување на трошоците, ангажирање на квалификувана работна сила, како и зголемување на маркетинг активностите со цел откривање на нови можности за извоз на постоечките или на нови пазари.

Од друга страна оние кои не се извозно ориентирани како најголеми бариери за извоз го посочуваат недостигот на соодветна технологија и машински парк, како и недостигот на квалификувана работна сила и недоволна информираност за извозните можности вклучувајќи ги овде и недоволните маркетинг компетенции потребни за извоз на странски пазари. Дополнително, дел од компаниите го посочуваат и проблемот со пристап до поволни финансиски средства за инвестиции.